

المنتج البيئي بين الحاجة والأعراف والتطبيق

م.د. محمد علي حسين
جامعة بغداد / كلية الفنون الجميلة

الملخص:

تناول بحثنا الموسوم ب(المنتج البيئي بين الحاجة والأعراف والتطبيق) دراسة مفهوم الحاجة والعرف للمنتج البيئي فضلاً عن امكانية توظيف المنتج البيئي في منتجات معاصرة، وقد برزت أهمية البحث بالحاجات الاساسية، والحاجات الثانوية، وارتباطها بالعرف والتقاليد. وخرج البحث بمجموعة من النتائج نذكر منها:

١. الحاجات الأساسية والثانوية هي الأساس في خلق المنتج البيئي.
٢. يؤثر العرف الديني بنحو كبير في طبيعة الزخارف المنشئة، والالوان المستخدمة في المنتج البيئي ثم يأتي الموروث التاريخي، والعرف الاجتماعي بعدها، حسب التسلسل.
٣. من الممكن توظيف المنتج البيئي في منتجات متطورة حديثة باستخدام الخامات نفسها بعد معالجتها، لإكسابها الديمومة، أو توظيف المظهر البصري للمواد البيئية في المنتجات الحديثة.

Environmental product between need, custom and application

Dr. Mohamed Ali Hussein
University of Baghdad / college of Fine Arts

Abstract:

Address our marked with (**Environmental product between need, Customs and application**) to examine the concept of need and the custom of the product of environmental as well as the possibility of employment of the product of environmental products in a contemporary, has emerged as the importance of research needs and the basic needs of secondary school and its relation to custom and tradition. Find out the set of results, including

1. Basic needs and secondary schools are the foundation to create a product ecosystem
2. Affect religious practice largely on the nature of the constituent motifs and colors used in the product and then comes the environmental heritage and historical social custom then, according to the sequence
3. Possible to employ the product's environmental products developed using modern raw material after treatment with the same permanence to enable some to gain employment or visual appearance of materials in the products of materials in the products of modern environmental.

الفصل الأول/ مشكلة البحث وأهميته:

تُعدُّ متغيرات الحاجة والعرف من المتغيرات المهمة في نجاح تصميم المنتج وظيفياً وتسويقياً، فالمنتجات تحركها الأعراف والتقاليد في تنظيم أنماط الحياة وتيسرها، والتي تحرك المجتمع في أعقد التفاصيل الحياتية وأدقها، فالحياة لا يمكن أن تستمر بدون منتجات تحيط بالإنسان، لذا نجاح المنتج أو فشله يكون بالنتيجة حكم الأعراف والتقاليد عليه، ويطلق على هذه العملية (تداول المنتج).

إنَّ الحاجة شيء أزلي للإنسان ولكلِّ كائن حي، ترتبط بحاجاته الأساسية لتلبية متطلبات حياته اليومية، و حاجات ثانوية ترتبط بنحو أساسي في تحقيق رغبات الإنسان في الراحة والمتعة، وهي متطلبات تُظهر أهميتها من خلال ارتباط الإنسان بالعرف والتقاليد. لذا من الممكن أن نلخص مشكلة البحث بـ(البحث عن عناصر الحاجة والعرف وتأثيرها في التصميم، وتداول المنتج البيئي المحلي).

أهداف البحث:

- مفهوم الحاجة وارتباطها بالعرف للمنتجات البيئية .
 - امكانية توظيف المنتجات البيئية (سعف النخيل العراقي) في منتجات حديثة .
- حدود البحث: العرف، والحاجات للمواطن العربي في مجال تصميم المنتجات الحرفية المصنعة من سعف النخيل.

تحديد المصطلحات:

١- الحاجة:

تعرف الحاجة لغةً بأنها مشتقة من الحوج، وهو الفقر، وكأن الحاجة تدلُّ على افتقار الشخص لشيء ما (٦). أما من الناحية النفسية؛ فيشبه معناها من الناحية اللغوية، فعرفت الحاجة بأنها افتقار إلى شيء إذا أوجد حقق الاشباع والرضا والارتياح للكائن الحي. أما تعريف الحاجة إجرائياً؛ فهي من الضرورات الأساسية لسدّ متطلبات الإنسان الحياتية (الفيزيولوجية، الاجتماعية، السايكولوجية) تتربط مع الانسان منذ الخليقة.

٢- العرف:

ما استقرت النفوس عليه بشهادة العقول، وتلقته الطبائع بالقبول (٢٤). والعرف هو كلُّ ما اعتاده الناس، وساروا عليه من كلِّ فعل شاع بينهم، أو لفظ تعارفوا اطلاقه على معنى خاص، لا تألفه اللغة، ولا يتبادر غيره عند سماعه (٢٣). يُعرف العرف إجرائياً بأنه الموروث الثقافي والديني و البيئي الذي يصبح سلوكاً أو عادةً أو تقليداً يحدد الشخص في اختياره أو تصميمه لهيئة المنتج الحرفي، المصنوع من سعف النخيل.

الفصل الثاني/ الإطار النظري:

المبحث الأول /أنواع المنتجات:

١ - المنتج البيئي:

المنتج هو كل شيء ملموس أو غير ملموس، يلبي حاجة معينة لدى المستهلك، مثل: (قلم، تلفاز، خدمة فندق...) ويصنف المنتج إلى مادي، مثل: (الأشياء التقنية، المواد الغذائية...) وغير مادي، مثل: (الأفكار، الخدمات بصفة عامة...). ويعدُّ المنتج من عناصر المزيج التسويقي المهمة ولاسيما أنَّ عناصر المزيج التسويقي الأخرى تعتمد بنحوٍ أساسيٍّ على وجود سلعة معينة لتتجه مجمل الأنشطة لتسويقها، ويمكن تعريفها بأنها شيءٌ يحمل خصائص وصفات ملموسة وغير ملموسة، يمكن عرضها في السوق لجذب الانتباه، ويمكن لهذا الشيء تلبية حاجات ورغبات إنسانية، وقد تكون مادية أو خدمية (٤). ويعرف المنتج بأنه ذلك المزيج من المكونات المادية وغير المادية التي يشتريها المستهلك جميعها في آن واحد، وذلك لهدف إشباع حاجة من حاجاته المتعددة(٥).

ويرى كوتلر (kotler) أنَّ المنتج هو أي شيء يمكن تقديمه للسوق، لغرض الاستهلاك، أو الاستخدام، أو الحيازة، أو الإشباع لحاجة معينة، أو رغبة معينة، وهو بذلك يشمل الأشياء المادية والخدمية غير المادية والأشخاص، والأماكن، والمنظمات، والأفكار، وإنَّ مفردة المنتج هي وحدة مميزة بمجموعة من الخصائص، مثل: (الحجم ، المظهر المادي ، واللون والطعم، السعر وغيرها)(٢) .

إنَّ الإنسان القديم عرف بيئته، ومكوناتها المختلفة، وتعايش معها، التي استثمرها على وفق حاجاته الضرورية من خلال تطويعها واستخدامها الأمثل، لإرضاء متطلباته، حيث استخدم عناصر البيئة الطبيعية، منها: (النبات، الحجر...) في إنتاج أدواته لتلبية حاجاته، فمثلا استخدم شظايا حجر محددة دون أخرى، بناءً على مدى ملائمته للمسك في تقطيع اللحم، واعتمدت في اختيارها على فطرته، ولملائمة راحة الكف والأصابع، وسهولة تقطيع اللحم، كما أنَّ الإنسان القديم سكن الكهوف، وافتترش الأرض بجلود الحيوانات؛ كونها عزلت جسمه عن الأرض للشعور بالراحة والدفع، كما استخدم النباتات على اختلاف أنواعها، وأحجامها بناءً على متطلبات الضرورية لاستمرار حياته، فقد صنع أدوات الصيد واستخدمها في بناء سكنه، وحتى استخدمها في تنقله النهري. إنَّ اختيار مادة دون أخرى لتصنيع منتجاته على اختلافها، جاء بناءً على نوع حاجته وطبيعتها، أما وصوله إلى صناعة منتجاته؛ فقد سلك مبدأ التجربة والخطأ للحصول على أعلى أداء وظيفيٍّ ممكن.

استخدم الإنسان العناصر النباتية في صنع منتجاته الضرورية، فقد استخدم نبات القصب الذي يوجد بكثرة في البيئات النهرية الحارة والمعتدلة الحرارة، وهذا ما نجده في مناطق الاهوار، حيث عمل منه منتجات مختلفة، منها: بناء الأكواخ، وذلك؛ لما يتمتع هذا النبات من قوة ومتانة عند بياسه، نتيجة وجود مناطق محرزة على جدار القصب ناتجة عن طبيعة نموه، كما امتاز بخفة الوزن، كونه مجوفاً فضلاً عن سهولة تشكيله، التي سهلت من استخدام القصب في تكوين اشكال مختلفة، لمنتجات مختلفة وحسب حاجات الانسان، فقد رصف مجموعة من القصب، وربطها بعضها مع بعض؛ لإكسابها أكثر متانة، واستخدمها في اعمدة الاكواخ، وفي اقواسها، وحتى استخدامها لعمل مسطحات ارضية فوق الماء، يبنى فوقها الاكواخ، وتبدو للناظر جزر طافية. كان للثقافة والعرف اهمية في تنوع الاشكال المنتجة من القصب، فمثلا التشكيلات والزخارف المميزة في بيت رئيس العشيرة، أو مكان العبادة كانتا تحمل طابعا رموز السلطة والارث الديني، استنادا إلى العرف والعادات والتقاليد. إن توافر المادة الطبيعية الخام كان هو الاساس في انشاء الصناعات الحرفية فتواجد القصب لمنطقة ما اظهر الصناعات الحرفية، الخاصة بهذه الخامة. أما في مناطق تواجد النخيل، فقد طوع قاطنوا تلك المناطق مكونات النخلة في انشاء صناعات حرفية، لتلبية حاجات أساسية وثانوية، فقد استخدم جذوع النخل لعمل اعمدة الاكواخ وسقوفها. كما استخدمت سعفة النخلة في بناء جدار للتضليل، وهو عبارة عن جدار من السعف يوضع أمام الزرع في المزارع، لغرض تضليله، وحتى في أماكن أخرى منها تسييج الجدران المستخدمة لتحديد الملكية، وانشاء استراحات في البيئة المفتوحة (القمريات).

واستخدم (السلاء) ويسمى بالعامية السلة، وهي الجزء المدبب الموجود في نهاية قاعدة السعفة، فقديمًا كان يستخدم بعد أن يجف في خياطة شبك الغزل المستخدم في صيد الاسماك، كما استخدمت بعض اجزاء النخلة في مجالات ابداعية فنية، اتسمت بمهارة عالية للحرفي، انظر الشكل (١).



شكل (١)

شكل يوضح استخدام السلة في الغزل

المصدر: <http://www.google.iq>

مازال استخدام الخامات الطبيعية موجوداً في وقتنا الحاضر، فصناعة جريد النخل مؤشر اساس نشاط ارتبط بالحضارات العراقية القديمة، ويمثل الحرفيون ورشة تلك الصناعات، موجودون في مناطق مختلفة ومتعددة من مناطق العراق ولاسيما التي تشتهر بكثافة بساتين النخيل. وبسبب ارتفاع مستوى دخل الفرد، وتدفق كبير لمعدات، وانواع مختلفة من المنتجات الصناعية الأمر الذي يجعل من هذه الحرفة الممتدة إلى الاف السنين تواجه خطر الانقراض، فإنّ هذه الحرفة تحتاج الى كلّ دعم علميٍّ وماديٍّ؛ لضمان استمرارها، وتطويرها؛ كونها إرثاً ثقافياً وعرقياً، يحدد هوية البلد. على الرغم من عدم الاهتمام الحكوميّ بتبني هذه الحرفة، فقد استمر اكثر الحرفيين في امتهان هذه المهنة؛ كونها المصدر الرئيس للمعيشة فضلاً عن كونها إرثاً عائلياً، وقد ظل انتاجهم معبراً عن عاداتهم، وتقاليدهم، لكن نلاحظ في اماكن أخرى تطورا ملحوظا لهذه الحرفة، نتيجة الدعم غير المباشر من النظام الشرائي، فنجد مثلاً في (مصر، باكستان، الهند...) تمازجاً كبيراً بين التأثيرات العرقية لتلك المجتمعات و الحاجات الجمالية للمستهلك، اذ تحول المنتج الحرفي من تلبية حاجات وظيفية أساسية الى تحفة فنية سياحية، تشتري؛ لغرض الاقتناء و التذكار من السوق السياحية، حيث يُعدّ اسعارها كبيرة جداً قياساً إلى مثيلاتها المنتجة بالإنتاج النمطي، انظر الشكل (٢)



شكل (٢)

شكل يوضح بعض النماذج من الصناعات الحرفية

المصدر: : <httpwww.google.iq>

أما في مناطق أخرى؛ فكان للدعم الحكوميّ تأثير واضح في تنمية هذه الحرفة ودفعها إلى الأمام، كما في دول الخليج العربي، هذا التطور كان له جانبان، الأول: استمرار الحرفة، والآخر هو ادخال مفردات شكلية جديدة ليجعل هذه المنتجات القابلة للشراء لتلبية رغبات السوق السياحية. إذ خرجت تلك المنتجات من كونها ابتكرت أو صنعت لتلبية حاجات اساسية، بسعر مناسب إلى منتجات لتلبية حاجات ثانوية سياحية، وبأسعار عالية جداً.

٢ - منتجات النخيل:

تشتهر الكثير من المدن العراقية بالصناعات اليدوية التي أصبحت اليوم تراثاً شعبياً جميلاً لهذه المدن. اعتمد الصانع العراقي منذ القدم على النخيل في توافر العديد من احتياجاته، باستخدامه جميع اجزاءها؛ لمتطلبات حياته، مما نتج العديد من الحرف التي اعتمدت على استغلال مختلف أجزاء النخلة لتلبية احتياجاته الأساسية، ومن الصناعات التي ما تزال تقاوم الانتاج الحديث. وتُعدُّ مهنة (أبو السراير) أو نجار السعف الذي يقوم بصناعة اقفاص الطيور والمناضد والكراسي والمظلات؛ باستخدام اغصان سعف النخيل القوية، حيث تجري الكثير من العمليات اليدوية على السعف حتى يتم تصنيع هذه السلع الحرفية الجميلة، بل إن قوارب صيد السمك تصنع من الجريد وكرب النخيل، وتعتمد صناعة السعف على عدة مواد أولية، لكن يبقى السعف المادة الأساسية، ويعتمد الحرفي على أدوات العمل بسيطة، إذ يركز المجهود أساساً على المهارة الموروثة التي تكمن في أيدي الحرفيين، ويُعدُّ السعف (جريد النخل) من المواد الاساسية لهذه الصنعة، ومن الجدير بالذكر أنه لا تُعدُّ كلُّ أماكن سعف النخلة صالحة للاستعمال في هذه الحرفة، بل فقط سعف قلب النخلة، كونه أملساً ومتيناً فضلاً عن كونه ليناً ونقي اللون، فعادة ما يكون أبيض، يميل الى الاصفرار، تختلف مواصفات سعف النخلة من واحدة إلى أخرى في الحجم والطول فضلاً عن موقعها المحدد في النخل. لا يفضل سعف النخيل في المناطق الجنوبية (البصرة؛ بسبب اراضيها المالحة التي تؤثر في متانة سعف النخيل، إذ يفضل للمناطق (بغداد، ديالى، حلة، كربلاء).تضاف مواد ثانوية مثل: (الغبرة)،وهي مادة اصطناعية في شكل مسحوق يحتوي على أربعة ألوان (الاحمر، الازرق، الاخضر، البرتقالي) ويستعمل الحرفي هذه الالوان، ليضفي على منتجاته جمالاً، لكي لا تبقى أغلب منتجاته باللون الطبيعي فقط، كما يضاف مادة (الوارنيش) بنوعيه (اللماع والطاقّي) للمحافظة على الخامة من التلف والتأثر بالعوامل الجوية، وحتى في تثبيت الاصباغ. لم يستخدم سعف النخيل وحده كمادة أساسية في صناعة المنتجات الحرفية، بل اضيفت إليه مضافات مختلفة لتحسين الأداء الوظيفي والجمالي، مثل: (الجلود، القماش، احجار الزينة ، وغيرها من المواد المضافة الاخرى) حاول الحرفي استخدام هذه المواد لتحسين الأداء الشكلي لمنتجاته؛ لتمكينها من منافسة المنتجات الصناعية الأخرى، إذ اعتمد الحرفي أساساً على البراعة اليدوية الموروثة والدقة، إذ إنَّ جوهر الحرف عامة هو إعادة تشكيل ما وجد في الطبيعة، ليستجيب الى حاجة أساسية، ويعتمد حرفي صناعة السعف على أدوات بسيطة وقليلة، بل تكاد بعض المنتجات تخلو صناعتها من استعمال أية

أداة، فالصانع (الحرفي) الذي يعمل في هذا المجال يحتاج في صناعة منتجات النخلة الى أداة الساطور؛ كونه حاداً، من أجل تقطيع الجريد، حيث يتم تقطيعه حسب القياسات المطلوبة، وبعدها يتم تعيين الثقوب المراد حفرها على الجريدة، ثم تثقيبها بألة تدعى المجواب، وإنَّ قياسات الثقوب تختلف حسب المادة المراد تصنيعها، وتُعدُّ هذه الأدوات البسيطة قادرة على تصنيع الاثاث كافة.

ومع دخول الأثاث البديل، ومنها المنتجات البلاستيكية، كمنافس للصناعات الحرفية، فما تزال بعض الاماكن التي تتسم بالطابع التراثي تقتني الاعمال اليدوية الحرفية، ومن تلك الاماكن و المقاهي والمصايف والمحال والبيوت، لا تستغني عن منتجات السعف التي ينتجها الحرفيون على نطاق واسع من العراق وهي بجودتها وتراثها تضاهي بقية المنتجات البديلة. وتُعدُّ صناعة منتجات سعف النخيل من المهن العراقية القديمة، ففي العاصمة بغداد اشتهر سوق (الملحاني) في الكاظمية بهذه الصناعات اليدوية (٢٥) .

المبحث الثاني/ مفهوم الحاجات وتصنيفها:

الحاجة هي ضرورات الحياة الاساسية، وهي أساسيات مادية ومعنوية ونفسية وعاطفية للحياة الانسانية السوية. يعرفها اندريانا ريجوانا أنَّ الحاجة هي الشعور بالنقصان المرتبط بالرغبة في إزالة هذا الشعور، كما أنَّ اهمية هذه الحاجات نسبية تختلف باختلاف الزمان والمكان، فما يُعدُّ حاجة ضرورية في وقت أو مكان ما قد يصبح حاجة تحسينية كمالية في وقت أو مكان آخر. لقد كان تفاعل الانسان مع الطبيعة ايجابياً منذ القدم، لتأمين احتياجاته، ومعيشتة، وقد تمثلت حاجاته بنحوٍ أساسيٍّ على توافر الغذاء والملبس والمأوى، إذ استطاع من خلال صيد الحيوانات من تأمين الغذاء، واستخدام جلودها لصناعة ملبسه، وسكن الكهوف للراحة والنوم، وحمايته من الحيوانات المفترسة. إنَّ تطور الثقافات الانسانية ونُضج فكر الانسان على مرّ السنين أدى الى تطور حاجاته، فبعد أن كانت حاجته غريزية، بدأ يفكر في نمط حياته، و توجهت حاجاته الى التعبير الفني التي تمثلت في زخارف الاواني الفخارية، ورسوم الكهوف والصنعة المتقنة لأدواته، التي كانت شاهداً واضحاً في رغبة التحسين والاتقان، مثلت حاجة أساسية، وميزت الانسان من الحيوان الذي يشاركه الحاجات الفسيولوجية الجسمية، المتعلقة بالغذاء والمأوى. فالحاجة هي رأس الاولويات التي تحدث تغييراً كبيراً في نمط تفكير الانسان. يتميزه من بقية الكائنات الحية بامتلاكه العقل، الذي كان السبب الرئيس في تنوع حاجاته وكثرتها التي اثرت في سلوكه بنحوٍ أو بآخر فلكلِّ منا حاجاته الأساسية، ولا تميز هذه الحاجات بين البشر، فكلُّ البشر بصرف النظر عن اللون أو العقيدة ... يمتلكون الحاجات الأساسية نفسها، سواء كانت فسيولوجية أم اجتماعية أم نفسية. يمكن تصنيف الحاجات الى حاجات أساسية أو ثانوية، فالاساسية تمثل (الاكل، اللباس...) أما الثانوية؛ فتمثل (

السفر، ممارسة الرياضة...) وحاجات فردية أو جماعية فالفردية (كالأكل و النوم...) وحاجات جماعية (كالانخراط في نادي) وحاجات حاضرة أو مستقبلية فالحاضرة مثل (التواصل بصديق، شراء كتاب...) وحاجات مستقبلية كالتهيئة لشراء منزل و من الممكن أن نصنف حاجات الإنسان الى فئتين فالأولى حاجات مادية فيزيولوجية تهدف الى الحفاظ على الحياة والثانية حاجات فكرية جمالية ادراكية(١٥) . كما أن هناك حاجات أخرى يربتها عالم النفس "MASLOW" حسب درجة أهميتها مثل : حاجة فيزيولوجية، حاجة الأمان، حاجة الانتماء، حاجة التقدير و حاجة تحقيق الذات ، و الذي أجرى اختباره على السلوك البشري بين الأعوام ١٩٣٩-١٩٤٣ وركب على أساسها هيكلاً واسعاً من الأبحاث المتعلقة بحوافز الإنسان(١٦) والتي نتج عنها موديله المشهور الذي أقرح فيه تدرجاً لمجاميع من الحاجات الأساسية هي(الحاجات الفيزيولوجية، الحاجة الى الأمان، الحاجة الى الحب، الحاجة الى التقدير، الحاجة الى تقدير الذات(١٨)، ركزت دراسات أخرى على تصنيف هذه الحاجات على وفق إسناديات اضافية (١٦) وضعتها ضمن نوعين هما:

***الحاجات الأساسية:** أو حاجات مسببة للنقص(Deficiency-needs): وتشمل حاجات الأمان والحاجات الفيزيولوجية وحاجات الحب والانتماء (Belongingness & Love needs) .

وحاجات الاحترام والتقدير (Esteem needs) .

***الحاجات الوجودية:** منها حاجات تحقيق الذات والإحساس بالقيم الجمالية (Appreciation of Beauty) وحاجات السعي للمعرفة ويتجسد هذا النمط من خلال التحسينات التي يجريها الحرفي على منتجاته والتي تضيف قيم جمالية وتبعده عن التكرار الممل.

سميت الحاجات الأساسية بالحاجات المسببة للنقص لأنه رغم أن الفرد لا يحس بشئ إذا ماتم تحقيقها، إلا أن إخفاق إشباعها يشعر المرء بالنقص الذي يحاول إزالته(١٦) . ومع وجود النقص في تحقيق هذه الحاجات فإنه من الضروري تحقيق الحاجة الأدنى في السلم قبل الانتقال الى الحاجة التالية الأعلى . كما أن أي نقص مستقبلي في الحصول على أية حاجة تم تحقيقها وبأي مستوى يدفع الفرد الى السعي لإزالة هذا النقص .

المبحث الثالث/ الأعراف والرموز الإسلامية:

يمكن النظر الى العرف على أنه مجموعة من العناصر والعلاقات ذات مستوى من التداولية والدلالة المشتركة التي يمكن أن تفعل مستوى للتواصل الجمعي بين أفراد حضارة معينة، أو حضارة جزئية، أو وجه حضاري، فيكون جزءاً من هويتها، ويتميز العرف بالاتفاق العام، وعدم الالتزام والاستقلالية، وعدم القصدية .وينشأ من التداول غير القصدية في أغلب الاحيان ليمثل الهوية الانية للمجتمع، ويتشكل كبنية قائمة بذاتها تدخل بمفردات الحياة الاجتماعية، ومن ضمنها المنتج(٧) . تتأسس الاعراف عبر آليات التعاقد الاجتماعي التي تمثل تفاعل المجتمع أو الجماعة

أو الأفراد مع المحيط بما يحويه من اشكال حضارية سابقة وتقسيماتها، فهي الآلية التي يندمج فيها وعي ولا وعي المجتمع مع المحيط وما يقدمونه له من اسهامات أو إضافات لتأسيس المعلومات المشتركة بينهم.

والاعراف هي مفهوم مهم يربط العوامل الحضارية بالسلوك البيئي، وتظهر بوصفها مرحلة ربط بين المفاهيم العمومية (الحضارة، القيم) والمفاهيم الأكثر تفصيلية (فعاليات تصميم)، مما يجعلها تظهر بأكثر من مستوى محفز للحاجات التي تولد بدورها أعرافاً لمستوى أكثر تفصيلاً باتجاه تصميم البيئة وهو ما يبرر استعمال مفهومها في الدراسات المختلفة في مستويات متعددة للعمومية، تمتد إلى تشخيص طراز المعيشة والفعاليات المعبرة عن سلوك تشكيل البيئة، ولتكون المعبر عن الأنماط التي تتشكل في النتاج البيئي. وهذا الموقع المفصلي للأعراف يدفع للتعرف بها وتأثير درجه استقرارها في السلوك البيئي، يعتمد تغير الاعراف على حالة المجتمع من القلق أو الاستقرار، وبما يفسر من ربط العرف بقيم المجتمع، فإذا كانت القيمة (٨) هي موقف ذاتي من الاشياء؛ (لأنَّ الموقف يحدد أهمية الشيء للفرد)، وكان العرف هو التفاعل لمجموع قيم أفراد المجتمع، فهذا يعني أنَّ العرف يتألف من مواقف ذاتية مختلفة كحالات مترابطة ومتفاعلة. ولذا فقد يكون متغيراً واعتباطياً بما يُظهر الذاتية الآنية لهؤلاء الأفراد، وهو ما يحدث لمجتمع غير مستقر في دور التطور أو الانحلال. أما في المجتمع المستقر؛ فلكي يحقق المجتمع حياة مستقرة لمعظم أفرادها؛ فإنه يقوم بتجميد دابنمية ذاتية القيم، المؤلفة للعرف، باستحداث المعايير التي تشكل المرجع العام، وتضم البديهيات والمعرفة المقاسة والمعرفة العامة للأشياء غير القابلة للقياس، كالعلاقات المعنوية والعاطفية، وغيرها، فيكون العرف بذلك أحد الأركان الأساسية لهوية المجتمع، تتشكل الأعراف ضمن خطوات متسلسلة من منطلق تلبية الحاجة لتوافر نتاج يتوافق مع الحاجات المتغيرة المختلفة، ويمكن لهذه الخطوات أن تكون ميكانيكية تكوين عرف جديد لتحقيق حاجة جديدة، أو لتغيير أعراف موجودة بسبب تغير حاجة معينة. وتبدأ هذه الخطوات عند احساس الفرد بحدوث تغير في بيئته بسببه أو بسبب عوامل أخرى (حقيقياً كان أم في خيالياً) مما يولد حاجة جديدة مدركة تدفع الفرد إلى التغيير بتهيئة الاستراتيجيات والبدائل انتهاءً بالنتاج الجديد الذي يفترض أن يقدم أعلى تلبية للحاجة الجديدة بين البدائل المختلفة، وعملية التقييم هي التي تبرر التغير الحاصل وولادة العرف الجديد ورسوخه، الذي يصبح عرضه للتغير بأيّ تغير جديد للحاجات في تكرار مجدد للتجربة، ويمكن لهذه التجربة أن تكون أساساً لتغير الأعراف القائمة أو تعديلها مع الزمن أما إذا كان الفرد واعياً فيمكن أن يستخدم هذه التجربة تغذية مرجعة فيما لو اقدم على دورة انتاجية لاحقه في اطفاء حاجة جديدة (٧)، إنَّ تلاؤم العرف الجديد ونتاجه مع حاجة اعضاء المجتمع، يدفع الاخير لقبوله والترويج له على وفق آليات خاصة، يمكن أن تفسر من خلال نظرية التعلم

الاجتماعي. وتؤكد هذه النظرية التي تبحث في سلوك الانسان ومواقف التفاعل الاجتماعي دور مشاهدة الآخرين، كوسيلة للتعلم باكتساب خبراتهم، أو تقليدهم، فمثلاً الحرفي يبدع عمله بمشاهدة معلمه لاكتساب خبرته، وتقليدها، وربما تطويرها حسب تراكم خبراته الفكرية وتوجهها.

لا تستثني النظرية وجود المؤشرات الداخلية، بل تعتقد بتأثير العمليات المعرفية في التعلم، وحسب النظرية فالنمذجة هي أساس التعلم بالملاحظة، حيث تؤدي مشاهدة أنموذج ما الى بعض صيغ السلوك الظاهري والإدراكي نحو الشيء. لذا سلوك الفرد تُجاه الفضاء يتأثر بسلوك الآخرين تُجاهه، وينعكس في طريقة تنظيمه له، طالما كان هذا التنظيم متأثراً باستعمال الإنسان وتقييمه له (٢٣-٢٤). وهو ما يبرر تبني الناس لبعض المفاهيم على المستوى الفردي والجماعي بغض النظر عن المفهوم الديني والاجتماعي السائد، وهذا ما نلاحظه في تأثير السوق السياحية على الكثير من المنتجات التي تصنع من سعف النخيل، لتلائم ظروف ومتطلبات السائح، ولإكساب المنتج الحرفي الميزة الشرائية، أي بمعنى التقليد الذي يؤدي حدوثه إلى حالة عدم توازن اجتماعي، ويؤثر في الأنماط الفضائية والمعالجات الفيزيائية، وينعكس على الأنماط الشكلية في المنتج بنحو عام، وقد يأخذ هذا التقليد جانباً ايجابياً، فتكون الأنماط الشكلية ملبية لمتطلبات الفرد، فتكون مشاهدة الآخرين والتعلم منهم قد خدمت المجتمع، أو قد يأخذ جانباً سلبياً حينما لا يخالطه الوعي، وهذا ما يسمى بالموضة؛ لأنّ المقلد لا يدرك في بادئ الامر سلبيات النماذج الحديثة التي تتضح له بعد استعمال المنتج نتيجة الصراع بين الوعي واللاوعي، كون الصراع يكون بين المنتج والمتلقي الذي قد يرفض المنتج؛ كونه لا يعبر عن الاتجاه والذوق الذي يرغب في شرائه.

الرموز الاسلامية:

تُعدُّ المنتجات المحلية جزءاً لا يتجزأ من حضارة الامة وثقافتها في أيّ مكان وزمان التي تحمل أبعاد اقتصادية وسياسية واجتماعية، وحملها للبعد الحضاري (المعنوي والمادي) فتعكس بذلك ثقافة المجتمع الموجودة هناك، ففي الجانب الثقافي للمنتجات الحرفية نجد نتاج تفاعل فكري بين أفراد وجماعات أي مجتمع، وهي نتيجة لقناعات ذلك المجتمع للمنتجات الحرفية. هذه القناعات لم تتكون مرة واحدة او بالصدفة، بل إنّها تكونت من خلال خبرة طويلة، مارسها المجتمع من خلال محاولات التجربة والخطأ، حتى تبلورت هذه القناعات لتشكل مجموعة من النظم التي وظفت كعناصر اتصال بين افراد وجماعاته، هذه النظم كانت تتمتع بسلطة كسلطة القانون، ويطلق عليها اسم تقاليد أو أعراف. أن تقاليد وأعراف الفنان المسلم ألهمته بتحويل أفكاره إلى نماذج مجردة، وأشكال هندسية، والأشكال الهندسية تُعدُّ وسيطاً فعالاً لإدراك العالم المرئي انظر الشكل (رقم ١)، فخصائصها تسمح بتركيز معلومات كثيرة في أقل صورة ممكنة، فهي كما يقول "مار" (١٩٤٥-١٩٨٠) وهو عالم نفس بريطاني دمج دراسات علم النفس، والذكاء وعلم الأعصاب ووضع نموذج

لعملية الرؤية التي تبدأ بالإدراك الحسي وتنتهي بالإدراك المعرفي) واحدة من الطرق التي تساعد على فهم العالم المرئي؛ لأنَّ لها القدرة على اختزال المعلومات. تختزل العالم بين أضلاع مثلث، أو في محيط دائرة. إنَّها أشكال مجردة لمعاني مجردة، وفي الفن الإسلامي تكتسب الأشكال الهندسية صفة رمزية، فيتحوّل الشكل إلى رمز، وتحوّل اللغة إلى لغة رمزية، إنَّ عملية تحويل الشكل إلى رمز تحتاج إلى عقلية على مستوى عالٍ من الحس والحدس (عرفه الغزالي بأنه: "فعل الذهن يستنبط بذاته الحد الأوسط والذكاء قوة الحدس) ، لما في الرمز من حشد للطاقة النفسية والوجدانية التي تتجاوز المعنى المباشر له، فالرمز إحياء اصطلاح عليه لوجود علاقة بين الدال والمدلول، قد يوحي بأشياء لا شعورية من الصعب التعبير عنها بالكلمات، لذلك يكون الوسيلة الأنجح في التعبير عن الحقائق المجهولة أو غير المدركة حسيّاً (٣).

نظرية الرمز تحدد فكرة العلاقات الرمزية، حيث تفترض وجود جواهر كونية هندسية ذات بعد رياضيّ رقميّ تجمع بين جواهر جزئيات الواقع، وإنَّ اختلافت أعراضها أنّها الوحدة العميقة بين جواهر الموجودات، على تعدد صياغتها وألوانها، حيث تتجاوب العطور والألوان والأصوات على مستوى الصياغة الشكلية، وهكذا تنهار في بصيرة الفنان الحواجز الطبيعية بين مجالات الحس والوجدان، فيصبح الكون وحدة واحدة، تتعدد وسائل إدراكها، وتستعير الوسيلة من الأخرى ما يعينها على الإيحاء، فتتداخل الحواس، وتصل العين إلى مستوى السمع، وتصل الأذن إلى مستوى الرؤية (١٣).

العين هي مقصد الفن الإسلاميّ الأول، سواء في مجال القراءة والتأمل أم في مجال التدنوق والفهم. فهي لم تعد مجرد أداة للعقل، أو آلة حسية، أو تخيلية، وإنما أصبحت تمثل الإنسان بكليته، عقله، ومخيلته، وحسه، وهي تقرأ لغة مكونة من شكل وخط ولون ومساحة، فتشكل هذه العناصر أبجدية اللغة، ومنها تتألف الكلمات والجمل والرموز والإشارات، باتباعها نظاماً، يؤلف فيما بينها، ويشكل سر اللغة (١٠) وجوهرها، لفهم الفن الإسلاميّ لا بُدَّ من فهم الدين وفلسفته ، والرؤية الجمالية التي تقف وراء رسم الأشكال الهندسية والنباتات بهذه الطريقة المجردة والمسطحة، إنَّ إدراك الفهم الإسلاميّ للوجود وللإنسان وللغيب، يجعلنا ندرك لماذا لم يحضر الإنسان والحيوان والنبات، كما يحضر في الواقع. حينما ندرك أصل الموجودات والنظام الإلهي الذي يسيّر الكون، ويتجلى في أصغر خلية من خلايا الإنسان، كما يتجلى في ورقة الشجر، وقطرة الماء، نفهم الزخرفة الإسلامية وتوزيعها على السطح، بالبساطة كانت هي المدخل والشكل في روحية الفن الإسلاميّ حيث نرى ذلك واضحاً في المنتجات الحرفية لسعف النخيل في الدول الإسلامية، البساطة في التكوين، والتشكيل الزخرفي في حين نرى في مجتمعات أخرى مفاهيم دينية مختلفة تُظهر مفهوماً عقائدياً لتلك المجتمعات. لقد استخدم الحرفيون المسلمون الرموز الدينية في منتجاتهم

المختلفة من اجزاء النخلة، وحسب تكيفه مع بيئته، فقد لَوَّن منتجاته، و استخدم الرسوم الهندسية المجردة في معظم أو بعض أجزاء منتجاته المصنوعة من جريد النخل، بذلك فقد جسد المفاهيم الإسلامية في استخدام الشكل الهندسي المثلث والمسدس و الموشور كذلك الالوان (٩)، قد اكسبت منتجاته عرفاً خاصاً يحدد هوية الحرفي وانتمائه إلى الحضارة الاسلامية، وكذا كان تأثير بيئته المحلية التي عملت بتناغم مع الموروث الإسلامي لإعطاء صفة الخصوصية المكانية لكل بيئة مع اشتراكهم جميعاً بالسمة السائدة، وهي المفردات العرفية للدين الإسلامي.

الفصل الثالث/ تحليل العينات:

اعتمد الباحث في تحليل العينات على وصف المنتج والحاجة إليه وارتباطه بالأعراف والرموز، وكانت العينات تشمل ثلاث دول تتركز بها زراعة النخيل، وهي (العراق، مصر، السعودية)



نموذج رقم (١)

صورة لمجموعة كراسي

العيانة عبارة عن كرسي يتسع لشخص واحد يلبي حاجة اساسية، وهي وضعية الجلوس يتصف بكونه ذا شكل هندسي نصف بيضاوي. استخدم جريد النخل حصراً في صناعة الكرسي، ومن الملاحظ هو عدم استخدام أي مواد مضافة أخرى. استخدمت الرموز الدينية ولاسيما في المناطق العلوية لمسند الكرسي، وهذا ما نراه في استخدام الخطوط المنحنية وبشكل اقواس التي نراها في القباب الإسلامية فضلاً عن استخدام الخطوط العمودية والافقية، وعلى مسافات مختلفة، شكل تقاطعها اشكال هندسية، منها: الشكل المستطيل، والذي استخدم بنحو واسع في الزخارف الإسلامية، هذه الاشكال أضافت لهيئة الكرسي قوة ومتانة، وكان شكل المنحني الذي شكل مسند الكرسي الخلفي اختصاراً لعملية التركيب والانشاء، كما ارتبط شكل القوس ارتباطاً تاماً بالموروث الديني الإسلامي الذي تمثل بأحد المعالم الأساسية في الفن الإسلامي، وهي الأقواس والقباب التي تمثل الموروث العرفي الاسلامي والذي كان بالأساس عبارة عن ضرورة انشائية ناجحة بتكرارها ضمن حقبة زمنية معينة، وهي الحقبة الاسلامية أصبحت فيما بعد أحد السمات في الفن

الإسلامي، فضلاً عن الموروث الاجتماعي العراقي الذي يرتبط ارتباطاً كبيراً بالبيئة والدين، المنتج الحالي لا يلبي متطلبات الحاجات العصرية، كونه يفتقر إلى ديمومة بقائه، إذ من الممكن إضافة مواد معينة، مثلاً: استخدام مواد تلميع (وارنيش) للحفاظ على خامة المنتج واكسابه ديمومة البقاء لمدة طويلة، كذلك لإظهارها بهيئة ترضي الذوق السائد. فضلاً عن ذلك من الممكن استخدام مقاعد من نسيج مصنوع من نفس منتجات النخلة، أو عمل كوشات للجلوس تملأ بليف النخلة، كما يمكن استخدام الطلاء ببعض الالوان؛ لإكساب المنتج اشكال جديدة عصرية، ترضي الذوق السائد.



نموذج رقم (٢)
صورة لمجموعة كراسي مصرية العينة / واحد
من هذه الكراسي

كما هو ملاحظ أنّ الكرسي يتسع لشخص واحد يلبي حاجة أساسية، وهي وضعية الجلوس يتصف بكونه ذا شكل هندسيّ، مأخوذ من الشكل المستطيل لقاعدة الجلوس والمسند الخلفي، استخدم جريد النخل في بناء هيئة الكرسي، وقد طلي بمادة (الوارنيش) اللامعة، وذلك لحمايته من العوامل الطبيعية، إنّ استخدام (الوارنيش) اضاف حماية وقيمة جمالية من خلال المزوجة بين اللون الطبيعيّ للخامة والمادة اللامعة، واستخدمت الرموز الدينية ولاسيما في الاشكال الهندسية لمسند الظهر وقاعدة الجلوس فضلاً عن استخدام القوس في المسند الجانبيّ للكرسي، وهذا ما نجده في استخدام الاقواس في القباب الاسلامية، وفي البيوت الطينية في الريف المصريّ، وباستخدام هذه الاقواس والخطوط العمودية الداخلية للمسند الجانبيّ، أعطى قوة ومتانة في الاستخدام فضلاً عن استخدام الاشكال الهندسية المستطيلة لمقعد الجلوس، والمسند الخلفي اكسبته هيئة الكرسي جمالاً وحقق ثباتاً وقوة أكثر. إنّ هذه الاشكال لها ارتباط كبير بالأشكال المستخدمة في الزخارف الاسلامية، وهو تأكيد ارتباط هذه المنتجات بالعرف السائد. وإنّ توظيف الخطوط العمودية والافقية التي كونت شكلاً مستطيلاً عمودياً قاعدته الضيقة إلى الأسفل والموجودة في المستوى العلويّ الأول لمسند الظهر فضلاً عن استخدام الخطوط المائلة المتعكسة الاتجاه، كونت من خلال تشابكهما اشكال معينة الشكل، نتج عنها زخرفة استخدمت في أغلب القلادات الفرعونية، وحتى في ملابسهم وأغطية رؤوسهم كما أنّها أيضاً مستخدمة في نواتج الفن والعمارة الاسلامية، هذه الخطوط والأشكال أضافت جمالاً تعبيرياً واتصالاً بالعرف فضلاً عن القوة والمتانة لمسند الظهر. المنتج

يلبي متطلبات الحاجات الأساسية العصرية؛ كونه قابلاً للتداول، وذلك كون المواد المضافة (الوارنيش) ليست باهظة الثمن بل ستزيد سعر المنتج زيادة بسيطة وهذا سيسهل بيع المنتج أولاً؛ لخص ثمنه، وثانياً كونه عصرياً ومقاوماً للبيئة، كما أن المنتج احتوى قيماً جمالية موروثية من الفن الفرعوني والإسلامي المتمازج بعضاً مع بعض، ليؤلف العرف الفني والتقني للحرفي المصري. هذه النتيجة اكتسبت الحرفي الديمومة والاستمرارية في تطوير منتجاته اخذين بالحسبان أن الإضافات المستخدمة في الكرسي لم تكن ذات كلف عالية، بل جاءت لتحسين أداء الكرسي، وديمومة بقائه في السوق.



نموذج رقم (٣)
صورة لمجموعة كراسي سعودية
العينة / واحد من هذه الكراسي
(لشخص)

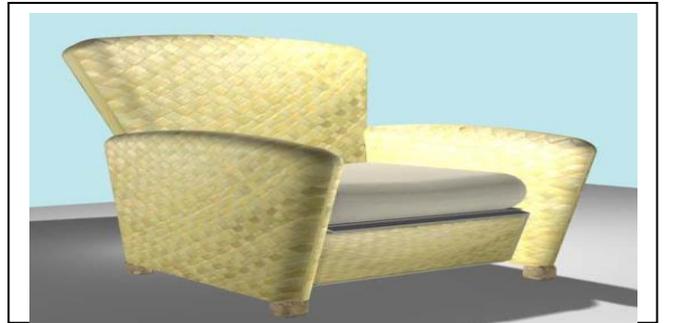
العينة عبارة عن كرسي يتسع لشخص واحد ذو شكل هندسي مستطيل، استخدم جريد النخل المطلي ب(الوارنيش) في تكوين هيئة الكرسي فضلاً عن استخدام القماش والاسفنج في هيئة الكرسي ولاسيما خاصة في المساند الخلفية والجانبية وقاعدة الجلوس، هذه الإضافات قد منحت راحة أفضل في وضع الجلوس واكسبته العصرية والتداول، وقد حقق الكرسي حاجة أساسية، وهي وضع الجلوس لتلبية متطلبات حاجة الإنسان العصرية. هيئة الكرسي توحى بالشكل المستطيل، فالمسند الخلفي فيه الخطوط المستقيمة الأفقية بأطوال مختلفة، شكلت بدورها شكل اشباه مثلثات شبيه بظهر الجمل (سنامة الجمل) كما أنها مستخدمة في الفن الإسلامي من خلال توظيفها في بناء أسوار القلاع، التي ما زالت قسم كبير منها شاخصاً في الأراضي السعودية، كأثر تاريخي، أعطت المنتج اتصالاً بالعرف الديني والاجتماعي، واكسبته قيمة جمالية فضلاً عن القوة والمتانة المتحققة لمسند الظهر.

يبدو لنا من خلال قراءة المنتج أنه مصمم اعتماداً على العرف الاجتماعي بنحو أساسي فضلاً عن العرف الديني حيث الرموز والاشكال الموجودة تعطي دلالة على أهمية الشخص الجالس، كونها تشير إلى الاستعارة من اسوار القلاع، والتي تدل على السلطة والقوة والهيبة.

لقد كانت براعة ودقة الحرفي باستخدامه جريد النخل المطلي بالوارنيش، وإضافة القماش والاسفنج، قد امتازت ببراعة الحرفي في حرية تامة، الذي اكسبه الدعم الحكومي لتنفيذ أفكاره بأسلوب عصري.

الفصل الرابع/ نتائج البحث:

١. الحاجات الاساسية والثانوية هي الأساس في خلق المنتج البيئي.
٢. تتوارث هذه الحرفة خلال عوائل محددة بناءً على الحاجة للعمل وتوافر المال لتلبية الاحتياجات الاساسية للفرد.
٣. يتطور المنتج البيئي بتغيير نوع الحاجة له.
٤. تشترك جميع المنتجات البيئية (الحرفية) كونها منتجة بطرق متشابهة وبسيطة وبأدوات محلية الصنع بناءً على طبيعة الحاجات، لهذا الانتاج، حتى وان اختلف الموقع الجغرافي لإنتاج المنتج.
٥. انشاء سوق جديدة (حاجة جديدة) للمنتج الحرفي يؤدي إلى تطويره.
٦. يشكل العرف الانشائي (اسلوب بناء المنتج) الاساسي في بناء المنتج حيث تتشابه جميع العينات للمنتج الواحد في التشكيل والبناء، وان اختلف الموقع الجغرافي والاجتماعي.
٧. يؤثر العرف الديني بنحو كبير في طبيعة الزخارف المنشئة والالوان المستخدمة في المنتج البيئي، ثم يأتي الموروث التاريخي والعرف الاجتماعي بعدها، وحسب التسلسل.
٨. كان لتغيير نوع الدعم الاثر الواضح على توظيف عرف دون اخر في المنتج البيئي.
٩. المنتجات الحرفية هي ادوات لتوثيق الاعراف، يتطلب الاهتمام بها.
١٠. مقترح الدراسة توظيف المنتج البيئي في منتجات متطورة حديثة، باستخدام الخامة نفسها، بعد معالجتها لإكسابها الديمومة او توظيف المظهر البصري للمواد البيئية في المنتجات الحديثة (انظر التصاميم المقترحة)، باستخدام برامج التصميم الرقمية (3DMAX)
مقترح تصميم (١)



كرسي من تصميم الباحث

كرسي عصري مستخدم فيه ورق سعف النخيل المجدول والمعامل بطريقة نفسها تعامل اوراق القصب المستخدمة في صناعة الاثاث المصنعة من القصب وجدائل ورق القصب في جنوب شرق اسيا.

مقترح تصميم (2)



كرسي سابق التصنيع وقد انشأت الخامات من الباحث

استخدام المظهر البصري لورقة سعف النخيل المجدولة كشكل على أي نوع من الخامات تستخدم الدوشمة.
الاستنتاجات:

١. لا يمكن أن تنشأ صناعة حرفية بدون وجود المواد الاولية الطبيعية والحرفيين المهرة.
٢. المنتجات الحرفية ثروة وطنية يتطلب الاهتمام بها.
٣. تطوير المهارات والخبرات للحرفيين هو سبب أساسي في تطوير الحرفة.
٤. البرامج الاعلانية المتنوعة في وسائل الاعلام المختلفة لها أثر كبير؛ كونها تعمل على تطوير المهنة بوصفها ادوات تعريف تفتح سوقا جديدا للمنتج.
٥. عمق وتنوع الموروث الثقافي، العرف الديني والاجتماعي والتاريخي أثر كبير، في تطوير المنتج.
٦. المنتج البيئي من المنتجات المستدامة، إذ يستخدم مخلفات البيئة الطبيعية لإنتاج منتجاته، وتكون تلك المنتجات سهلة في إعادة التدوير.

المصادر العربية:

١. محمد نعمان جلال، الاستراتيجية والدبلوماسية والبروتوكول، المؤسسة العربية للدراسات والنشر، بيروت، لبنان، ٢٠٠٤، ن.
٢. العسكري، احمد شاكر، دراسات تسويقية متخصصة، دار زهران، عمان، ٢٠٠٠.
٣. د. الحسيني، ايداد: فن التصميم، دائرة الثقافة والاعلام، الشارقة، ٢٠٠٨..
٤. هاني، بيان حرب، مبادئ التسويق، مؤسسة الوراق للنشر، عمان، ط١، ١٩٩٩.
٥. الممؤد، محمد صالح، مبادئ التسويق، مكتبة دار الثقافة للنشر، عمان، ١٩٩٩.
٦. د. صليبيا، جميل، المعجم الفلسفي، دار الكتاب اللبناني، بيروت، لبنان، مكتبة المدرس، ١٩٨٢.
٧. خياط، محمود، الاعراف في العمارة، اطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الهندسة المعمارية، الجامعة التكنولوجية، بغداد، ٢٠٠٠.
٨. الجادرجي، رفعت، حوار في بنوية الفن والعمارة، دار الريس، لندن، ١٩٩٥.
٩. الجباري، اديب نوري احمد، العزلة البصرية في العمارة. اطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم الهندسة المعمارية، الجامعة التكنولوجية، ١٩٩٨.
١٠. فرزات، صخر، مدخل الى الجمالية في العمارة الاسلامية، مجلة فنون عربية، العدد الخامس، دار واسط للنشر، لندن، ١١، ١٩٨٢.
- ١١- جرجيس، سعد محمد: الرموز وتوظيفها في الأثاث العراقي المعاصر في ضوء دراسة تحليلية للأثاث الأشوري، اطروحة دكتوراه، كلية الفنون الجميلة، جامعة بغداد، ١٩٩٦.
- ١٢- بارو، اندرى: سومر فنونها وحضارتها، تر: عيسى سلمان وسليم طه التكريتي، دار الحرية للطباعة، بغداد، ١٩٧٧.
- ١٣- غالب، عبدالرحيم، موسوعة العمارة الإسلامية، الطبعة الأولى، المطبعة العربية للطباعة، جرس أرس، بيروت، ١٩٨٨.
- ١٤- المفتي، أحمد: موسوعة الزخرفة التاريخية، دراسة تاريخية فنية، مطبعة جواهر الشام، دار دمشق للطباعة والنشر والتوزيع، ط١، ٢٠٠١.

مصادر اللغة الانكليزية

1. 15.C. A Sungur &.G. Cagdas " Effects of Housing Morphology on User Satisfaction"www.be.itu.edu.tr/mimarliktabilisim/content/gc_en.htm
2. 16.Huitt, W. "Maslow's Hierarchy of Needs", Educational Psychology Interactive, Valdosta, GA: Valdosta State University, 2004.
3. 17.Rapoport, Amos."On the Relation Between Culture and Environment", Journal of the Carnegie Mellon University, Dept. of Architecture, Vol.3 , 1997. rapoport.ht
4. 18.Human Relations Contributors," Abraham Maslow's Hierarchy of Needs
5. 19.Americana. Vol25, New York; Americana Corporation, p.272

مواقع النت

1. [.http://chiron.valdosta.edu/whuitt/col/regsys/maslow.html](http://chiron.valdosta.edu/whuitt/col/regsys/maslow.html)
2. " <http://www.accel-team.com/motivation/intro.html>
3. <http://www.cmu.edu/ARIS3/rapoport/frameset>
4. http://imamrohani.com/new_site
5. <http://.wikipedia.org/wiki/>

المقابلات:

- ١ - مقابلة مع السيد حسن مناتي، صاحب ورشة صناعة الكراسي من جريد النخل.